**Принципы обучения деловому иностранному языку**

Чем отличается франчайзинг от дистрибуции? А венчурное финансирование от проектного кредитования? Хотя слова в этих вопросах явно не исконно русские, практически любого преподавателя английского языка они могут слегка напугать. Бояться, однако, не стоит — преподавая деловой английский мы вовсе не обучаем навыкам ведения бизнеса. Наша задача – помочь профессионалам развить языковые компетенции, необходимые им в деловом мире, где знание английского уже давно стало обязательным условием успеха. Предлагаем вам четыре золотых правила преподавания Business English.

**1. Вы эксперт в обучении языку, ваши студенты – эксперты в своей области**

Этот известный принцип преподавания любых ESP (English for Specific Purposes) курсов применим и к бизнес-английскому. Поверьте, ваши студенты – экономисты, маркетологи, банкиры или HR специалисты ждут от преподавателя глубокого знания не той отрасли, в которой работают, а иностранного языка и методики. Какую бы высокую должность ни занимал ваш студент, вы являетесь безусловным авторитетом в вопросах изучения языка. Соответственно, студент для вас – компетентный источник во всем, что касается его работы.
На практике это легко уложить в формулу: «Язык – от преподавателя, идеи – от студентов». Вы даете инструменты (слова и выражения, грамматические конструкции, связки), а студенты с их помощью выражают свои мысли, читают, слушают и обсуждают, обмениваются мнениями. Например, вы повторили Past Simple – студент рассказал об опыте работы с использованием этой структуры. Вы ввели и закрепили слова head office, parent company, market share, turnover, net profit и т.п. – ученики сделали мини-презентацию своей компании для потенциальных инвесторов.
Стоит, однако, оговориться, что все же чем больше у преподавателя знаний и опыта, связанных с работой и бизнесом, тем лучше. Недавней выпускнице филфака, скорее всего, будет сложно вести беседу на равных с финансовым директором крупной компании, особенно если занятие проходит один на один.

**2. Не упускайте цель из виду**

Конечно, needs analysis и цели студента важны в любой ситуации обучения, но в сфере Business English они важны особенно. Ваши ученики, скорее всего, — очень занятые люди, ценящие свое время. Они взялись за иностранный язык не из любопытства, а из совершенно практических побуждений – необходимо вести переписку с партнерами, скоро выставка за рубежом, есть желание двигаться вверх по карьерной лестнице, и т.п. Мотивация у таких студентов обычно очень высокая, поскольку ими движет весьма осязаемая и хорошо измеримая цель.
Соответственно, привязка занятий к целям студента должна быть максимально плотной и очевидной. Позвольте каждому студенту группы как можно чаще говорить именно о своей компании и должности в ней, своем мнении или опыте, о собственных взглядах на разного рода рабочие вопросы. Если занятие индивидуальное – потратьте первые несколько встреч на то, чтобы узнать все, что вам нужно, чтобы сделать курс эффективным (например, о специфике организации и обязанностях вашего ученика, его опыте работы, причинах поиска новой работы, что будет включать в себя интервью и как он намеревается использовать английский на новом рабочем месте, и т.д.).

**3. Сделайте акцент на лексике и стиле**

Именно лексика и официально-деловой стиль отличают Business English от General English. Без знания соответствующих слов и терминов вашему студенту будет крайне неудобно общаться на английском с партнерами и коллегами, как и без умения делать это вежливо и даже деликатно.
Большим подспорьем будут служить готовые фразы-формулы, которые не только включают в себя необходимый вокабуляр, но и звучат профессионально и корректно. ‘We need to do our best to avoid confrontation’, ‘Unfortunately, we cannot guarantee delivery’, ‘We are launching a new range of mobile phones in an overseas market’ – такие фразы легче не только запомнить, но и применить, например, в role-plays. При этом отдельные компоненты всегда можно изменить или использовать в других контекстах.
Найти такие слова и фразы в контексте можно в классической серии “Business Vocabulary in Use” (CUP), а также на сайтах, посвященных деловому английскому языку, например, [здесь](http://eslgold.com/business/useful_expressions/).

**4. Меньше теории, больше практики**

Разбор грамматики, вопросы к текстам из серии True/False, заполнение пропусков в предложениях – несмотря на всю полезность таких упражнений, велика вероятность, что вашим студентам на курсе делового английского они быстро наскучат. И немудрено – таких задач нет в реальной жизни. Преподавая Business English лучше все же отдавать предпочтение заданиям, которые имеют прямой выход в мир, окружающий ваших учеников. Role-plays, дискуссии, написание emails, составление презентаций или описаний продуктов, разработка маркетинговой стратегии – студентов непременно нужно привести к такого рода ситуациям, чтобы они почувствовали, что занятия действительно ведут их к намеченной цели.
Это фактор учли авторы таких уже ставших классическими серий учебников как Market Leader (Pearson), предлагающие Case studies в конце каждого юнита, или The Business 2.0 (Macmillan), где каждый юнит включает в себя 6 равных по объему компонентов: About business (дискуссия), Vocabulary, Grammar, Speaking (role-play), Writing и Case Study.

Где бы вы ни преподавали курс бизнес-английского – в офисе компании, в языковой школе или онлайн – это всегда интересный опыт и новые знания. Несмотря на официальность одежды, языка и окружающей обстановки, эти уроки могут и должны быть такими же яркими, захватывающими и позитивными, как и любые другие. Для многих учеников — это способ расслабиться, отвлечься, порадоваться человеческому общению, так что пусть они именно так и воспринимают эти занятия, а мы тем временем выполним поставленные перед нами задачи.